



Neues Konzept und jährlicher Turnus für die photokina

Der Meilenstein

Die Mitgliederversammlung des Photoindustrie-Verbandes (PIV) ist normalerweise eine eher unspektakuläre Veranstaltung: Denn sie dient vornehmlich der Erledigung der notwendigen Verbandsregularien und bietet den Mitgliedern willkommene Gelegenheit zum Austausch, für den auch einige Vorträge Impulse geben. In diesem Jahr sorgte ein spektakulärer Schritt für noch mehr Gesprächsstoff: Die Koelnmesse präsentierte das gemeinsam mit dem PIV entwickelte Zukunftskonzept für die photokina. Und das ist tatsächlich spektakulär: Die weltweite Leitmesse für die Foto- und Imagingbranche soll ab 2018 mit deutlich erweitertem Portfolio jährlich stattfinden, ab 2019 im Mai.



Katharina C. Hamma, Geschäftsführerin der Koelnmesse: „Die photokina 2016 hat uns gezeigt, dass diese Traditionsmarke in unserem Portfolio nichts an Strahlkraft weltweit und in der Region verloren hat.“

Zum neuen Konzept gehört auch die Verkürzung der Messe um zwei auf vier Tage. Das gilt bereits für die photokina 2018, die noch einmal wie gewohnt im Herbst, und zwar vom 26. bis 29. September, stattfinden wird. Mit dem neuen Konzept setzen die Veranstalter die im Vorjahr angekündigte Erweiterung der photokina unter dem Subtitel „Imaging Unlimited“ fort. Der jährliche Turnus soll zum einen die

große Dynamik bei der Entwicklung von Imaging-Technologien abbilden, die besonders bei neuen Segmenten zu schnellen Innovationszyklen führt. Zum anderen verspricht man sich von dem ab 2019 geltenden Messezeitraum im Mai eine größere Öffentlichkeitswirkung für die photokina, denn im Herbst muss die weltweite Imaging-Leitmesse mit anderen Großereignissen wie der IAA, der IFA und

der IBC um die Resonanz in den Medien konkurrieren. Nicht zuletzt soll das neue Konzept die Position der photokina als globale Marke stärken. „Die photokina 2016 hat uns gezeigt, dass diese Traditionsmarke in unserem Portfolio nichts an Strahlkraft weltweit

und in der Region verloren hat“, betonte Katharina C. Hamma, Geschäftsführerin der Koelnmesse. „Als weltweite Leitmesse hat sich die photokina mit der Zeit immer weiter entwickelt, so wie sich die dort gezeigten Produkten, Dienstleistungen und das Marktumfeld weiter entwickelt haben. Jetzt gehen wir den nächsten logischen Schritt, indem wir für ein digital getriebenes Produktumfeld jährlich eine attraktive Plattform bieten, um die neuesten Innovationen zu präsentieren und mit Händlern, Fachanwendern und Endkunden ins Gespräch zu kommen.“ Auch der PIV sieht den jährlichen Veranstaltungsrhythmus als Fortschritt: „Der neue Turnus sichert uns ein konstantes Medieninteresse, eine zeitgemäße Kommunikationsfrequenz, eine höhere Relevanz für Innovationen sowie eine stärkere Position als Imaging-Leitmesse.“

Erweitertes Portfolio

Auch unter den neuen Bedingungen will die photokina ihre traditionellen Produktbereiche weiterentwickeln. Dazu gehört vor allem die klassische Imaging-Wertschöpfungskette von der Bildaufnahme bis zur -ausgabe. Zusätzlich soll das Themenspektrum um neue Segmente erweitert werden, in denen Imaging-Technologien eine immer größere Rolle spielen. Die nächstliegenden Bereiche sind Mobile Entertainment und Mobile Communications, die seit dem Siegeszug der Smartphone-Kameras von Bildern dominiert werden. Auch der Sektor Bewegtbild/Video bietet für die



PIV-Vorsitzender Rainer Führes: „Der neue Turnus sichert uns ein konstantes Medieninteresse, eine zeitgemäße Kommunikationsfrequenz, eine höhere Relevanz für Innovationen sowie eine stärkere Position als Imaging-Leitmesse.“

photokina großes Wachstumspotential. Zwar gehört dieses Segment seit jeher zum Portfolio der weltweiten Leitmesse, deren Name sich ja aus den beiden Begriffen Photo und Kino zusammensetzt. Durch den Erfolg einschlägiger Plattformen wie YouTube und die wachsende Präsenz von Videos in sozialen Medien, Nachrichtenportalen und Firmen-Präsentationen gewinnt dieses Thema aber weltweit nochmals an Bedeutung. Zudem gibt es immer mehr Überschneidungen mit dem Fotografieren, denn aus 4K-, 6K- oder demnächst sogar 8K-Videos können hochaufgelöste Fotos extrahiert werden.

Weitere digitale Trendthemen, die auf der photokina ein Zuhause finden sollen, sind die Bereiche Security und Smart Home, Virtual und Augmented Reality, Cloud und Sharing, Bildbearbeitung und Computer-Generated Imaging (CGI). Bei diesen Themen geht es hauptsächlich darum, durch die Kombination immer leistungsfähigerer digitaler Aufnahme-Technologien mit software-basierter Bildbearbeitung und Zukunftstechnologien wie

künstlicher Intelligenz neue Bilderwelten zu erzeugen, die zum einen Profifotografen vor neue Aufgaben stellen, aber auch neue Zielgruppen wie Werbefachleute, Designer und Filmregisseure für die photokina gewinnen könnten. Um diese Bereiche kompetent abzubilden, können sich die Organisatoren auch die Einbindung anderer Veranstaltungen vorstellen. So hat die Koelnmesse bereits im vergangenen Jahr mit der Digility eine internationale Konferenz für Virtual und Augmented Reality ins Leben gerufen, die in diesem Jahr mit einem erweiterten Ausstellungsbereich am 5. und 6. Juli stattfinden soll, in Zukunft aber auch als eigenes Areal im Rahmen der photokina denkbar ist.

Imaging Lab und Analytics

Mit den Bereichen Analytics und Imaging Lab erweitert die photokina ihren Markenkern um Imaging-Technologien, die neue kommerzielle und industrielle Anwendungen ermöglichen. Dazu gehören zum Beispiel Bildsensoren, die für die Weiterentwicklung von selbstfahrenden Autos und auto-



Christoph Werner, Leiter des Kompetenzfelds „Digital Media, Entertainment und Mobility“ und Mitglied der Geschäftsleitung der Koelnmesse, will die photokina kompakter, umfassender und inspirierender machen.

nomen Drohnen ebenso wichtig sind wie für Haushalts- und Industrieroboter. Der Bereich Analytics bezieht sich auf intelligente Bildanalyse-Verfahren für Archivierung und Content-Management, aber auch für Gesichts- und Produkterkennung in den Bereichen E-Commerce, personalisierte Werbung und Sicherheit. Um die etablierten Unternehmen mit neuen Marktteilnehmern und jungen Innovatoren zu verknüpfen, soll die photokina auch den Austausch zwischen Entwicklern, Ingenieuren, Start-ups und Herstellern fördern.

Mehr Emotionen

Mit dem neuen Konzept solle die photokina kompakter, umfassender und inspirierender werden, und zwar für Aussteller und Besucher, erklärte Christoph Werner, der bei der Koelnmesse das Kompetenzfeld „Digital Media, Entertainment und Mobility“ leitet, zu dem auch die photokina gehört. Dabei bleibt das Fachpublikum die wichtigste Zielgruppe, aber auch interessierte Konsumenten sollen in Zukunft auf der Messe noch emotionalere Erfahrungen machen, um sich für die vielfältige Welt von Foto, Video und Imaging zu begeistern. Um das zu erreichen, wird das Messeprogramm durch die Kooperation mit einem Musik-Festival und die Einbindung von Stars der Social Media- und YouTube-Szene ergänzt. „Unser Selbstverständnis als PIV ist es, allen Marktteilnehmern eine klare Orientierung für die Weiterentwicklung unserer Branche zu geben“, resümierte Rainer Führes. „Gemeinsam mit unserem Partner Koelnmesse haben wir das Ziel, mit dem neuen Zukunftskonzept der photokina die Faszination des Themas Bild erlebbar zu machen und so dessen Bedeutung auf allen Ebenen von Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft zu fördern.“